

Jan Jiráček, Barbara Köpplová: Média a společnost: Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace

Petrusek, Miloslav

Veröffentlichungsversion / Published Version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Petrusek, M. (2005). Jan Jiráček, Barbara Köpplová: Média a společnost: Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace. *Sociologický časopis / Czech Sociological Review*, 41(1), 160-162. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-54955>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

lání. Jaké jsou však důvody tohoto jejich jednání? Proč jsou jejich aspirace takové, jaké jsou, proč jsou tak nízké? Jestliže nepovažují vzdělání za jeden ze svých životních cílů, je to reakce na skutečné bariéry v přístupu ke vzdělání, nebo tyto bariéry neexistují a jsou jen převlečenými negativními postoji dělníků ke vzdělání? Lze vůbec zlomit vliv rodiny a hodnot rodičů na dosažené vzdělání dítěte? Lze ho vyvážit působením školy? Proč je působení třídní „kultury“ v čase tak stabilní? To je jen zlomek z otázek, jejichž zodpovězení se sociologie vzdělání zřejmě ještě dlouho nedočká.

Publikace toho druhu, jaký představuje Katrňákova studie, v české sociologii dosud chyběla. Existují zde četné studie zabývající se velikostí vzdělanostních nerovností, ovšem analýza, na které jsou založeny, neumožňuje odhalit, jakými procesy k utváření vzdělanostních nerovností dochází. Kvalitativní vhled do problému poskytuje právě až tato kniha. Nejenže velmi dobře uvádí do kontextu vzdělanostních nerovností a může tak posloužit sociologům vzdělání i jako učebnice pro studenty, ale na poli české sociologie vzdělání se jedná o knihu zásadní právě pro její kvalitativní dimenzi.

Natalie Simonová

Jan Jiráček, Barbara Köpplová: Média a společnost: Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace

Praha, Portál 2003, 207 s.

Irena Reifová a kol.: Slovník mediální komunikace

Praha, Portál 2004, 327 s.

Jak peníz tiše položený slepci... pravi básník a chce se dodat, platná a hodnotná mince podaná poloslepému českému konzumentu mediální produkce, tentokrátě poprvé z pera českých, výhradně českých autorů – po znamení-tých a Janem Jiráčkem dobře vybraných překladech prací Kunczikových a McQuailových, jež byly spíše arci učebnicového rázu (a v po-

slední době vynikající monografii Thompsonově *Média a modernita*, k níž se vrátíme samostatnou recenzí).

Proděkani Fakulty sociálních věd a její spoluzakladatelé (v roce 1990) Barbara Köpplová a Jan Jiráček, kteří se zasloužili o to, že žurnalistika v českých zemích jako akademický obor nejen nezanikla, ale že byla „povýšena“ na vpravdě akademickou disciplínu, na „mediální studia“, a byla přitom oproštěna od ideologických nánosů a komerčních vazeb minulých i dnes se nabízejících, se podjali nelehkého úkolu – zprostředkovat českému čtenáři základy mediálního vědění ve všech jeho podstatných rozměrech. Těmi „podstatnými rozměry“, jež strukturují knihu, jsou mediální produkce, publikum, mediální produkt a sociální vliv médií (dokonce v globálním kontextu). Poslání knihy je na jedné straně zdánlivě samozřejmé, na druhé straně zcela nebanální. Premisa, z níž autoři vycházejí, je totiž dvojlohná: na jedné straně je *mediální produkce*, která žije vlastním životem, má vlastní hantýrku, svůj vnitřní životní mechanismus a rytmus, „mediální logiku“ (dá-li se vždycky o logice ovšem mluvit), má svou technologii s extrémně dynamickou proměnlivostí a nadto je zakomponována více než cokoliv jiného do „globalizovaného světa“, jehož obraz spoluutváří, a na druhé straně „účastník mediální produkce“, vznešeněji – recipient, který do toho složitého mechanismu nevidí a který se „díky“ své mediální nevzdělanosti (zatím ještě nezaviněné) může dostat do „vazalského, podřízeného, nesamostatného postavení“. Uvážíme-li, že žijeme v „mediálním světě“ a že politiku „dělají“ média prakticky již od 30. let a ve stále větší míře i intenzitě, pak nebezpečí vazalství je tím ještě umocněno.

Média mohou z diváka učinit nejen vazala své kulturní, subkulturní a kontrakulturní produkce, ale dokonce vazala určité politické orientace, která je v médiích reprezentovaná (to je ten klíčový termín!) nezřídka nenápadně, což neznamená nenápaditě. Obojí je možné, „přijetí“, kdy recipient podléhá svodu, klamu a mamu (čemuž se podle

Gramsciho říká „hegemonie“ nebo v novější terminologii „dominantní čtení“), i „vzpou-ra“, kdy se poučený divák či prostě recipient jiného smýšlení „vzbouří“ (toť premisa levi-cových „kulturních studií“, které předpo-kládají, že recipient dokáže sdělení číst ji-nak, než zamýšlel jeho autor, tedy mimo jiné „subverzivně“). V každém případě – nebez-pečí „mentálního ohrožení“ mediálními pro-středky, sděleními a frontálním útokem kul-turního průmyslu tu prostě nepochybně je.

Lze položit otázku, zda je ale vůbec pří-pustné takové explicitě „vychovatelské“ vý-chodisko, jež volí autoři? Mám za to, že je ne-jen přípustné, ale že je dokonce nutné: po-třeba mediální výchovy se deklaruje, média se kritizují, na média se hospodsky nadává – a za tím vším většinou žádné vědění. Medi-ální studia jsou v tomto ohledu na tom stej-ně, jako vždy byla a bude sociologie: sdělují samozřejmosti, které jsou samozřejmostmi tehdy, až jsou sděleny. Náhle jsme osvíceni! Oba autoři nám to osvícení nabízejí – nejpr-ve na úrovni řečneme „vyššího standardu“, tedy spíše „pro zvané“ (kniha předpokládá znalost řady pojmů i předmětných oblastí), aby zřejmě v budoucnu připravili text pro „nejširší veřejnost“, jehož je třeba zcela mi-mořádně.

Aby dosáhli přesvědčivého efektu – pe-dagogického, didaktického i popularizační-ho, seznámili se s dnes již nepředstavitel-ným objemem literatury k tématu. Jestliže něco dnes ve společenských vědách dominu-je (zčásti jako nezbytnost, zčásti jako úlitba módě), pak jsou to tři propojené sféry – kul-turální studia, analýza diskurzu a mediální studia. Tento triumvirát autory plně respek-tovaný vytlačuje sociologii z jejích tradičních pozic a nebudeme-li (my, sociologové) koo-perovat, zůstaneme osamoceni jako Čapkova šlěpěj z *Božích muk*.

Rekapitulovat hutný, didakticky zname-nitě členěný text efektivně využívající tzv. boxů s konkrétními příklady, nemá smysl a ani to není možné. Oceňuji, s jakou ele-gancí autoři vysvětlují témata pro laika málo srozumitelná, např. sociální konstrukci reali-

ty (s. 140 a zejména s. 165). I když – nejsem si jist – zacházejí možná až do krajnosti, když za reprezentaci pokládají „taková me-diální sdělení, která ve své konkrétnosti od-povídají mýtům/ideologiím platným v dané společnosti“, či – „reprezentací se v medi-álních studiích rozumí proces, jímž jsou ab-straktním pojmům (válka, individualismus, ženská otázka, podnikatelé, česká povaha, třída, rodina apod.) dávány konkrétní podo-by“ (s. 141). Je tomu opravdu bezvýhradně tak, že se musím prohrabat nánosem ideolo-gie a mýtů abych dosáhl... čeho vlastně? Jako bychom se vrátili do času staříckého George-se Sorela s jeho moderní (rozuměj: moder-nistickou) supermytologií, v níž bylo mýtem vše a mýtus hybnou silou všeho dění, Možná tomu tak je i v mediálním světě.

Pokud mám připomínku, pak je zcela vysvětlitelná a pochopitelná: autoři pracují samozřejmě s podněty, inspiracemi i materi-álem provenience výhradně západní (dokon-ce jen anglosaské a výjimečně německé, francouzský materiál absentuje zcela). Je to v daném stadiu našeho vývoje pochopitelné, ale přece jen – pro příklad toho, jak socialis-tická žurnalistika chápala stranickost, se opravdu nemuselo chodit do textu O'Sullivan-a, stačilo sestoupit o poschodí níž do kni-hovny žurnalistiky, kde máme perel tohoto typu nepočítaně. Podobně je tomu třeba s mystifikací atd. Ale to jsou skutečně jen pi-hy na knize, která sice formálně není sličná, ale protože je na odlehčeném papíře, bude se dobře číst v posteli i u vody. Povinně.

Jen zdánlivým doplňkem textu Jana Jirá-ka a Barbary Köpplové je *Slovník mediální ko-munikace*, který koncipovala, organizovala a do zdárného konce dovedla Irena Reifová, kterou český čtenář zná minimálně z jejího překladu klasické knihy Neila Postmana *Uba-vit se k smrti* i jako aktivní publicistku a žur-nalistku z dob, kdy Lidové noviny byly ještě kulturním deníkem, později pak z Přítomnos-ti. Slovníku není co vytknout, což nesdělují ja-ko spoluautor (ostatně věcně ne zcela podstat-ných hesel), ale jako spolueditor dvou jiných slovníků – vím, jaká je to práce z hlediska

koncepce a organizace. Na slovníku nutno především ocenit to, že je naprosto na úrovni doby a že respektuje téměř aktuální stav věcí; není archiválií, v níž lze vyhledat, co kdy kde bylo, ale místy až vzrušujícím čtením, co všechno se událo a především děje v oblasti, o níž jsme donedávna neměli vlastně ani tušení. Na slovníku je patrné, že autorka – jakkoliv sama asi patří ke koncepčně vyhraněnému křídlu mediálních studií – nejen nepreferuje jednostranné pohledy na celek či partikulárie, ale naopak vyváženě připouští pohledy diferencované, jak se na solidní slovník ostatně sluší. Co víc – pohybuje se od velmi speciálních otázek mediálních studií (v tom je a bude trvalá hodnota slovníku) v jejich teoretickém i metodologickém rozměru, přes otázky souvisejících oborů (konceptuální aparát třeba sociologický, psychologický a samozřejmě sémioticko-lingvistický k porozumění kontextů nezbytný) až k otázkám „nepříjemně praktickým“ jako je legislativa včetně základních právních norem.

Aby bylo jasno, že jde o opravdové novum, nutno ilustrativně uvést některá hesla (předesílám: všechna téměř bez výjimky jsou perfektně zpracována bez redundancí a nadbytečných verbalismů): diskurz (ale tak, jak se pojmu má opravdu rozumět), epistemologie médií, etnografie publika, konvergence médií, modely komunikace – Danceho, Gerbenerův, Jakobsonův, lineární, Maletzkeho (a ještě šest dalších), násilí v médiích, opera mýdlová, personální obsazení události, revoluce northcliffovská, veleslavné kódování a dekódování, samozřejmě studia kulturní (první syntetická informace u nás) a celý komplex teorií mediální komunikace až po „žlutou žurnalistiku“.

Stává se výjimečně, aby slovník byl více než jen shrnutím a utříděním známého. V tomto případě jistě jde o utřídění obrovského sekundárního materiálu zejména anglosaského (s jistými mírnými preferencemi ke kulturním studiím), ale materiálu vesměs neznámého. Vytykat slovníku, co v něm není, je činnost neslušná: ani francouzská Encyklopedie kdysi nebyla dokonalá a ani Ottův slov-

ník naučný není úplně bez mezer – a to je co říci. Takže mediální studia mají svůj, moderní, evropský a kultivovaný „ották“. Přiměřené veřejné pozornosti se mu ale zatím nedostalo, ačkoliv by mělo.

Mimochodem – náš *Velký sociologický slovník*, za nějž jsme se druhdy nemuseli stydět, beznadějně zastarává. Najde se někdo s podobným entusiasmem a zásobárnou vědění jako Irena Reifová také v našem oboru? *Sociologický slovník* Jana Jandourka totiž nikdo nepodrobil sociologicky poučenému zkoumání – a to je samozřejmě škoda i obvyklá nezdvořilost.

Miloslav Petrušek

Hana Librová: *Vlažní a váhaví. Kapitoly o ekologickém luxusu*

Brno, Doplněk 2003, 320 s.

V desetiletém období od roku 1994, kdy brněnská socioložka, zakladatelka a nyníjší profesorka katedry environmentálních studií Hana Librová vydala své *kapitoly o dobrovolné skromnosti*, se další promyšlení jejího hlavního odborného a životního tématu vyvinulo do *kapitol o ekologickém luxusu*. Názvy podtitulů výstižně ilustrují posun v optice, kterou Librová nahlíží na otázky životního stylu reflektujícího environmentální důsledky lidského života v období pozdní modernity. V „Pestrých a zelených“ prozkoumávala zejména hodnotové principy postojů lidí s ekologicky aktivistickou orientací, v nové knize se soustředí na mnohoznačné náznaky utvářejících se environmentálních ohledů vyšších tříd, společenských elit a proměn hodnot zakládajících podobu životních stylů. Tehdejší „Pestré a zelené“ vystřídali „Vlažní a váhaví“.

Název knihy je metaforickým označením určité abstraktní kategorie sociálních aktérů se specifickým postojem k otázce vlivu spotřebního, profesního a volnočasového chování na přírodní ekosystémy. Obě adjektiva ztělesňují východisko knihy, kterým je